

关于印发《威海市文化创意产品开发成效 评估办法（试行）》的通知

各试点单位：

为贯彻落实《山东省文化文物单位实施文化创意产品开发收入分配激励的指导意见》（鲁文旅发〔2025〕3号）有关精神，健全完善文化创意产品成效评估机制，市文化和旅游局、刘公岛管理委员会研究制定了《威海市文化创意产品开发成效评估办法（试行）》。现予以印发实施，请结合实际遵照执行。

威海市文化和旅游局

刘公岛管理委员会

2026年7月30

威海市文化创意产品开发成效评估办法

(试行)

第一章 总则

第一条为贯彻落实党的二十届历次全会精神，深化文化体制机制改革，进一步推动文化文物单位文化创意产品开发，根据国务院办公厅《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》（国办发〔2016〕36号）、文化和旅游部等八部门《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（文旅资源发〔2021〕85号）、《山东省文化文物单位实施文化创意产品开发收入分配激励的指导意见》（鲁文旅发〔2025〕3号）、山东省文化和旅游厅关于印发《山东省文化创意产品开发成效评估办法（试行）》的通知等有关要求，制定本办法。

第二条本办法所指的试点单位是指纳入山东省文化文物单位文化创意产品开发收入分配激励试点任务的中国甲午战争博物院、威海市博物馆。

第三条本办法适用于对试点单位所开展的文化创意产品开发工作成效的评估（以下简称“评估工作”）。

第四条评估工作坚持客观公正，遵循“以评促管、以评促建、分类指导、动态管理、注重实效”的原则，立足提高试

点单位文化创意产品开发工作成效，促进试点单位探索有效路径，总结成功经验，推动文化创意产品开发工作健康发展。

第二章 职责分工

第五条 试点单位按照评估工作要求，结合实际制定本单位年度文化创意产品开发实施方案(以下简称《实施方案》)并对照《实施方案》和评估指标(见附件1)相关要求开展自评价，做好文化创意产品开发守正创新、机制建设、资源保障、政策激励、经营业绩、知识产权保护、品牌建设等工作。

第六条 威海市文化和旅游局统筹组织评估工作，联合市财政局、刘公岛管理委员会等部门成立文化创意产品开发成效评估小组，负责制定评估方案，并依据评估结果确定年度激励总量。评估小组日常业务工作由市文化和旅游局相关科室承担。

第三章 评估工作内容与方法

第七条 评估内容包括试点单位所开展的文化创意产品开发的正确导向、合作单位选取、机制建设、资源配置、授权单位管理、文创开发、经济效益、社会效益、可持续发展、满意度等。

第八条 评估工作采取评分和评级相结合的方式。评价总分100分，分为四个等次：90(含)-100分为“优秀”，80(含)-89分为“良好”，60(含)-79分为“合格”，60分以下为“不合格”。

第九条 实行年度周期评估制度，评估周期为每年度1月1日至12月31日；年度文创收入以当年度12月31日前试点单位所获净收益为准。

第十条 评估工作程序：

(一) 印发通知。评估小组研究确定评估要求和评估指标，印发评估通知至试点单位。

(二) 自评。试点单位对照《实施方案》和评估指标开展自评，于指定日期前将自评得分和佐证材料报送至评估小组。

(三) 复核。评估小组对试点单位的自评材料进行复核，采用实地调研、座谈考察、专家咨询、数据分析、委托第三方评价等一项或多项方法开展。

(四) 确定结果。评估小组根据复核情况，确定试点单位最终评估得分和评估等级，出具评估意见，形成试点评估报告。

(五) 结果公示。评估小组将复核结果主要内容在官方网站或其他公开渠道予以公示，以公示无异议后的最终结果作为试点单位的评估结论。

第四章 保障机制

第十一条 建立试点单位动态管理机制：

（一）评估等次为不合格的单位不予进行《指导意见》规定的绩效奖励。

（二）连续两年评估等次为不合格的单位，不再纳入试点单位。

（三）试点单位有违反党的路线方针政策和国家法律法规存在破坏政治纪律与廉洁纪律行为，损害党和国家及人民利益，发生重大安全生产责任事故或造成国有资产重大流失，因严重失信行为被相关部门列入失信联合惩戒名单，在评估过程中存在虚报数据、伪造材料、隐瞒重要信息等情况的，其当年度综合评估结果应当确定为不合格等次。

第十二条 建立内部分配机制：

（一）核定激励总量。评估小组对试点单位报送的年度文创开发所获净收益及相关财务数据，委托第三方机构审计形成激励总量的基础数据，在综合考虑单位类别、人员结构、事业发展、经费来源及市直事业单位间收入差距等因素的基础上，按照评估等级确定试点单位年度激励总量与人均激励最高限额。

（二）完善内部分配机制。试点单位应当制定完善的内部分配和激励规则，细化完善考核指标，在激励总量中对在文创开发、市场转化、运营管理等方面作出突出贡献

的人员进行激励，既要体现有效激励文创一线人员多劳多得，又要合理兼顾不同岗位人员间的收入平衡。试点单位绩效分配和激励规则经上级主管部门审核同意后，报市人力资源和社会保障局、市财政局备案。

第十三条鼓励试点单位对照评估指标，加强文化创意产品开发工作相关信息的收集和整理，将评估指标纳入日常工作流程与管理制度。

第十四条参与评估工作的人员要严格遵守评估工作程序和纪律，做好评估材料保存和数据安全工作。

第五章 附则

第十五条本办法由市文化和旅游局负责解释。

第十六条本办法自印发之日起施行。

附件：1. 威海市文化创意产品开发成效评估指标
2. 威海市文化创意产品开发成效评估细则

附件 1

威海市文化创意产品开发成效评估指标

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
决策 (9 分)	正确导向 (6 分)	审核机制完善性	2	在文化创意产品开发工作中建立正确导向审核机制，得 2 分。
		实施方案完善性	1	试点单位按照评估工作要求，结合实际制定了本单位年度文创产品开发实施方案，得 1 分。
		正确文化导向	3	文化创意产品开发严格执行审核机制，坚持以社会主义核心价值观为引领，弘扬社会主义先进文化、传承革命文化、推动优秀传统文化创造性转化和创新性发展，得 3 分。
	合作单位选取 (3 分)	选取科学性	1	试点单位科学选取第三方合作机构，选取过程合规合理，得 1 分。
		合作内容合理性	2	试点单位与第三方合作机构签订的授权协议内容完善，合作周期、约定比例、合作范畴、甲乙双方职责与义务等各项合作条款约束科学合理，得 2 分。
过程 (12 分)	机制建设 (4 分)	开发授权管理	1	具有完善的馆藏资源、著作权、商标权和品牌等开发、授权、知识产权保护管理制度及流程文件，得 1 分。
		收入管理	1	建立了文化创意产品相关收入(包括事业收入、经营收入和其他收入)管理相关规范章程，且收支管理规范有效，得 1 分。
		分配方案	1	有经审议通过的《文化创意产品开发收入分配激励细则》，得 1 分。
		监督制度	1	有对文化创意产品及授权第三方合作机构的监督约束机制，得 1 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
	资源配置 (5 分)	资源投入	1	对文化文物资源进行了系统梳理、分类整理，形成了文化文物资源库，得 1 分。
		渠道投入	2	①有文化创意产品开发办公、展示、销售场地的，得 1 分；②设置线上销售平台或渠道的，得 1 分。
		人员投入	2	单位设置有负责文化创意产品开发经营管理的部门或机构，配备 2 人及以上，得 2 分。
	授权单位管理 (3 分)	措施完善性	1	试点单位结合实际情况，对第三方机构文创产品开发建立了较为完善的管理措施，得 1 分。
		管理有效性	2	试点单位在与第三方机构签订授权协议后，不定期采取措施对文创产品开发的各项内容进行相应的监督与管理，第三方机构能够建立体系完善、规划清晰的文创产品开发体系，未出现不符合相关法律法规、协议约定等情况出现，得 2 分。
产出 (13 分)	文创开发 (13 分)	文创数量	7	①文化创意产品符合《指导意见》定义的文创范畴，有实际投入市场进行销售的文创产品，得 2 分，没有的不得分。②本年度新开发文创产品数量占总文创产品数量比重在 10%及以上的，得 5 分；在 10%以下的，得 3 分；没有新开发文创产品的不得分。
		文创质量	6	文化创意产品兼具有较高的文化性、艺术性、实用性、创新性，得 6 分。其中“创新性”重点评价产品的原创设计、个性化表达、与单位资源特色的结合度。
效益 (50 分)	经济效益 (20 分)	经营收入	10	年度文创经营收入较上一年度增长，得 10 分；持平，或因不可抗力因素下降（经评估小组认定），得 8 分；其他情形每下降 20%扣 1 分，最低得 5 分。
		净收益率	10	净收益率 = 年度文创净收益 ÷ 年度文创经营收入 × 100%。≥15%得 10 分，10%（含）至 15%（不含）得 8 分，5%（含）至 10%（不含）得 6 分，有净收益（>0）得 4 分，经营收入为 0 或亏损不得分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
	社会效益 (20分)	文创培训	3	组织或参与文化文物创意开发相关培训、讲座活动的，组织或参加1次得1分，最高得3分。
		文创大赛	3	参与或举办全国范围内文创大赛的，得3分；参与或举办全省范围内文创大赛的，得2分；参与或举办文创大赛的，得1分；没有参与或举办文创大赛的不得分。
		宣传推广	3	对文化创意产品宣传推广渠道多样，宣传推广效果显著，得3分；有两种及以上宣传推广渠道，效果一般，得2分；仅采取一种渠道，得1分；未进行推广宣传的，不得分。
		社会教育活动	6	依托文创资源开展研学、主题讲座、互动体验等以知识传播、技能培养为核心的社会教育活动，每开展1场次得1分，最高6分。
		公益责任履行	5	依托文创产品、文创资源开展以普惠性、帮扶性为核心的文创产品赠送、展览进基层、特殊群体服务等公益性文化服务，每开展1项实质性公益活动得2.5分，最高5分。公益活动包括但不限于：文创产品公益赠送、文创体验活动、文创展览进基层、文创公益讲座、特殊群体专项服务等。
	可持续影响 (6分)	人才培养	4	利用馆校合作、流动岗位、合作交流等形式开展文化创意人才培养工作的，得4分。
		助力文化“两创”	2	助力文化“两创”指文创项目立足本单位馆藏资源，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。完成至少1项具有创新性的转化成果(如IP开发、系列产品上市、获市级以上相关奖项等)得2分；开展相关工作但尚未形成明确成果得1分；未开展不得分。
	满意度 (4分)	消费者满意度	4	①建立了消费者投诉处理、意见反馈制度，并设立了相关平台或渠道，且处理及时、有效的，得1分；建立但落实不到位的，得0.5分；未建立不得分。②满意度测评采用调查问卷形式(有效问卷不少于200份)。消费者满意度在80%及以上的，得3分，每降低1个百分点扣0.3分，扣完为止。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
创新引领 (16 分)	数字文化 (4 分)	数字文化	4	开发数字文化创意产品，包括但不限于数字展览、数字藏品、沉浸式体验产品等，每开发 1 个数字文化产品得 1 分，最高得 4 分。
	品牌建设 (3 分)	品牌建设	3	有原创的文创品牌，且品牌具备一定影响力，得 3 分。
	跨界融合 (5 分)	跨界融合	5	利用自有知识产权在商业、影视、游戏、教育、研学、出版、展览等方向产生经济效益的跨界融合项目，每完成 1 项得 1 分，最高得 5 分。
	产权保护利用 (4 分)	产权保护利用	4	文创产品知识产权(商标、专利、著作权等)申请成功的，1 个(件)得 2 分，最多得 4 分。
合计			100	———

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
		加分项指标		试点单位文化创意产品开发工作成效，获国务院、文化和旅游部、国家文物局或山东省委、省政府书面表彰(或主要领导肯定性批示)的，加 5 分。获市厅级以上或省博物馆学会等省级以上行业协会奖项的，加 1 分。同一事项按最高级别加分，不重复累计。
		扣分项指标		因试点单位对文创产品投诉处理不及时、不到位等情况造成了一定的社会舆论影响或被媒体报道，并对山东文旅品牌产生负面影响的，扣 10 分。
		否定性指标		有违反国家法律法规和党的路线方针政策，存在破坏政治纪律与廉洁纪律行为，损害党和国家及人民利益，发生重大安全生产责任事故或造成国有资产重大流失，因严重失信行为被相关部门列入失信联合惩戒名单，在评估过程中存在虚报数据、伪造材料、隐瞒重要信息等情况之一的，其当年度综合评估结果确定为“不合格”。 如出现政治方向、舆论导向、价值取向不正确，违反社会主义核心价值观，存在历史虚无主义等情况的，或出现重大问题引发较大负面舆情或造成恶劣社会影响的，评估结果确定为“不合格”。

附件2

威海市文化创意产品开发成效评分细则

一、决策

(一)正确导向

1. 审核机制完善性

在文化创意产品开发工作中建立正确导向审核机制的，得2分；未建立正确导向审核机制的，不得分；已建立机制但未实际运行的，得1分。

2. 实施方案完善性

试点单位按照评估工作要求，结合实际制定了本单位年度文创产品开发实施方案的，得1分；未制定实施方案的，不得分。

3. 正确文化导向

文化创意产品开发严格执行审核机制，坚持以社会主义核心价值观为引领，弘扬社会主义先进文化、传承革命文化、推动优秀传统文化创造性转化和创新性发展的，得3分；发现试点单位的文化创意产品有违背社会主义核心价值观、不符合社会主义先进文化等问题，不得分。

(二)合作单位选取

1. 选取科学性

试点单位科学选取第三方合作机构，选取过程合规合理的，得1分；试点单位选取或确定第三方合作机构的

方式符合《中华人民共和国招标投标法》《山东省政府采购管理办法》等法律法规及相关政策，选取过程公开、公正、公平、透明，未发现徇私舞弊等行为的，得1分，否则不得分。

2. 合作内容合理性

试点单位与第三方合作机构签订的授权协议内容完善，合作周期、约定比例、合作范畴、甲乙双方职责与义务等各项合作条款约束科学合理，得2分；每发现1处合作周期、约定比例、合作范畴、甲乙双方职责与义务等内容存在不合理、不公平、损害公共利益等情况，扣1分，扣完为止。

二、过程

(一) 机制建设

1. 开发授权管理

具有完善的馆藏资源、著作权、商标权和品牌等开发、授权、知识产权保护管理制度及流程文件，得1分；每缺少其中一项内容，扣0.2分，扣完为止。

2. 收入管理

建立了文化创意产品收入(包括事业收入、经营收入和其他收入)管理相关规范章程，且收支管理规范有效，得1分；未建立文化创意产品收入(包括事业收入、经营收入和其他收入)管理相关规范章程的，不得分；已建立部分相关规范章程的，每缺少一项收入内容，扣0.25分；已建立全

部相关规范章程,但每发现1处实际收支管理现状与制定的规范章程不相符的问题,扣0.25分,扣完为止。

3. 分配方案

有经审议通过的《文化创意产品开发收入分配激励细则》,得1分;《文化创意产品开发收入分配激励细则》未经审议的,得0.5分;未通过的或无《文化创意产品开发收入分配激励细则》的,不得分。

4. 监督制度

有对文化创意产品及授权第三方合作机构的监督约束机制,得1分;已建立监督机制,内容完善,不存在明显不合理之处;每发现1处监督机制内容不全面、约束力度不足等问题,扣0.25分,扣完为止。

(二)资源配置

1. 资源投入

对文化文物资源进行了系统梳理、分类整理,形成文化文物资源库的,得1分;已进行系统梳理、分类整理,但暂未完成整理的,得0.25分;已系统梳理、分类整理完成,但未形成文物资源库的,得0.5分;未进行系统梳理、分类整理的,不得分。

2. 渠道投入

(1)有文化创意产品开发办公、展示、销售场地,每设置1处得0.5分,最高得1分;有1处及以上办公场地、2处及以上展示或销售场地,得1分;有1处办公场地、展示

和销售场地的，得0.5分；三项场地中每缺少1项场地（即无该项场地），扣0.25分，扣完为止。

（2）设置线上销售平台或渠道的，得1分；此处的线上销售平台应可正常使用或可正常线上购物；未设置线上销售平台或渠道的，不得分；已设置线上平台或渠道，但无法正常购物使用的，不得分。

3. 人员投入

单位设置有负责文化创意产品开发经营管理的部门或机构，配备2人及以上且分工明确，得2分；配备2人及以上但分工不明确，得1分；仅配备1人，得1分；未配备人员或无法正常工作，不得分。

（三）授权单位管理

1. 措施完善性

试点单位结合实际情况，对第三方机构文创产品开发建立了较为完善的管理措施，得1分；未建立完善的管理措施的，不得分；已建立措施，但措施内容不够全面，约束条款等不够细化科学，每发现1处措施内容不合理、不科学、不完善的问题，扣0.25分，扣完为止。

2. 管理有效性

试点单位与第三方机构签订授权协议后，不定期采取措施对文创产品开发的各项内容进行相应的监督与管理，第三方机构能够建立体系完善、规划清晰的文创产品开发体系，未出现不符合相关法律法规、协议约定等情况，得2分；试点单位未采取措施进行相应的监督与管理，扣1分；

第三方机构未建立起完善清晰的开发体系，扣1分；每发现1处实际执行与协议约定不符的问题，扣0.5分，扣完为止；每发现1处不符合法律法规要求的情况，扣2分。

三、产出

(一)文创开发

1. 文创数量

(1)文化创意产品符合《指导意见》定义的文创范畴，有实际投入市场进行销售的文创产品，得2分；不符合《指导意见》定义的文创范畴或文创产品没有实际投入市场进行销售的，不得分。

(2)本年度新开发文创产品数量占总文创产品数量比重在10%及以上的，得5分；在10%以下的，得3分；没有新开发文创产品的不得分。本指标中所指的文创产品数量，是试点单位开发的全部文创产品或各系列文创产品的总数，如A单位开发了甲、乙2个系列，其中甲系列有10类产品，乙系列有15类产品，则文创产品数量为25件。

2. 文创质量

文化创意产品兼具较高的文化性、艺术性、实用性、创新性，得6分。其中“创新性”重点评价产品是否立足本单位馆藏资源特色、是否具有原创性。根据产品质量特性综合赋分，每发现一个维度存在明显不足，扣1.5分，扣完为止。需提供产品实物照片、设计稿等佐证材料。

四、效益

(一)经济效益

1. 经营收入

文化创意产品当年度销售额较上一年度增长，得10分；持平，得8分。因不可抗力因素（包括但不限于重大公共卫生事件、自然灾害、政策调整等）导致销售额下降的，试点单位可提供相关证明材料（如政府文件、新闻报道、第三方评估报告等），经评估小组审核认定后，按持平情形处理，得8分，不执行扣分规则。其他情形（非不可抗力导致的下降），每下降20%扣1分，最低得5分。下降比例计算公式为：
$$\left(\text{上一年度销售额} - \text{当年度销售额} \right) \div \text{上一年度销售额} \times 100\%。$$

销售额以试点单位年度财务报表及第三方审计报告为依据，经评估小组复核确认。

2. 净收益率

净收益率 = $\text{年度文创净收益} \div \text{年度文创经营收入} \times 100\%$ ，反映文创产品开发的收益质量。年度文创净收益指年度文创经营收入扣除直接成本、授权费用、税费等相关支出后的实际收益。根据净收益率高低赋分： $\geq 15\%$ 得10分，10%（含）至15%（不含）得8分，5%（含）至10%（不含）得6分，有净收益（ > 0 ）得4分，经营收入为0或亏损不得分。需提供年度财务报表及第三方审计报告。

(二)社会效益

1. 文创培训

组织或参与文化文物创意开发相关培训、讲座活动的，组织或参加1次得1分，最高得3分；相关培训或活动需提供通知、课程或日程、签到表、现场影像资料等。

2. 文创大赛

参与或举办全国范围内文创大赛的，得3分；参与或举办全省范围内文创大赛的，得2分；参与或举办文创大赛的，得1分；没有参与或举办文创大赛的不得分。需提供相关参赛或举办文创大赛的通知、日程、评审结果、现场影像资料等。

3. 宣传推广

对文化创意产品进行宣传推广，根据渠道多样性和推广效果综合赋分：渠道多样（两种及以上）且效果显著（如获市级以上媒体报道、平台曝光量或互动量显著提升等），得3分；有两种及以上渠道但效果一般，得2分；仅采取一种渠道，得1分；未进行推广宣传的，不得分。需提供宣传推广方案、媒体报道截图、平台数据截图等相关佐证材料。

4. 社会教育活动

社会教育活动指依托文创资源开展的研学、主题讲座、互动体验等以知识传播、技能培养为核心的教育服务。每开展1场次得1分，最高6分。活动应具备明确的教育目标、参与对象和成效反馈。需提供活动方案、现场影像、参与记录等佐证材料。同一活动不得重复计分，未开展不得分。

5. 公益责任履行

公益责任履行指依托文创产品、文创资源开展以普惠性、帮扶性为核心的公益性文化服务。每开展1项实质性公益活动得2.5分，最高5分。公益活动包括但不限于：文创产品公益赠送、文创体验活动、文创展览进基层、文创公益讲座、特殊群体专项服务等。

公益活动应具备明确的服务对象和实际成效，需提供活动方案、现场影像、参与记录或受赠证明等佐证材料。同一活动不得重复计分，未开展不得分。

(三)可持续影响

1. 人才培养

利用馆校合作、流动岗位、合作交流等形式开展文化创意人才培养工作，采取两种及以上形式开展工作的，得4分；仅采取一种形式开展工作的，得2分；未采取相关形式或措施开展人才培养工作的，不得分。

2. 助力文化“两创”

助力文化“两创”指文创项目立足本单位馆藏资源，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

根据工作成效综合赋分：成效显著（形成明确转化成果，如IP开发上市、获市级以上相关奖项、被市级以上媒体报道等）得2分；成效一般（开展相关工作，有一定推动作用，但尚未形成明确成果）得1分；成效不显著（未开展或无明显推动作用）得0分。

需提供成果证明（产品上市证明、获奖证书、媒体报道截图、项目总结等）。

(四)满意度

1. 消费者满意度

消费者满意度包括制度建设和满意度测评。

(1) 制度建设 (2分): 建立了消费者投诉处理、意见反馈制度,并设立了相关平台或渠道,且处理及时、有效的,得1分;建立制度但落实不到位的,得0.5分;未建立的不得分。每发现1起投诉处理不及时或未处理的,扣0.5分,扣完为止。

(2) 满意度测评 (4分): 采用问卷调查方式 (有效问卷不少于200份), $\text{满意度} = (\text{满意} + \text{非常满意}) \div \text{总人数} \times 100\%$ 。满意度在80%及以上的,得3分;每降低1个百分点,扣0.3分,扣完为止。需提供问卷样本、原始数据及统计分析报告。

五、创新引领

(一) 数字文化

开发数字文化创意产品,包括但不限于数字展览、数字藏品、沉浸式体验产品等,每开发1个数字文化产品得1分,最高得4分。需提供数字文化创意产品开发的影像资料或产品资料等可证明开发完成的佐证材料。

(二) 品牌建设

有原创的文创品牌,且品牌具备一定影响力,得3分;需提供文创品牌相关简介说明,并将结合满意度测评中的文创品牌知晓率及影响力相关内容进行综合赋分,影响力指标达90%以上,得3分,否则每降低1%扣0.2分,扣完为止。

文创品牌或开发工作受到省委、省政府或国家文化和旅游部门、文物部门表彰或肯定的，该项指标可得3分。

（三）跨界融合

利用自有知识产权在商业、影视、游戏、教育、研学、出版、展览等方向产生经济效益的跨界融合项目，每完成1项得1分，最高得5分；需提供产生经济效益的跨界融合项目佐证，包括但不限于项目签订的协议或合同、经济效益收款或入账凭证等。

（四）产权保护利用

文创产品知识产权(商标、专利、著作权等)申请成功的，1个(件)得2分，最多得4分。需提供知识产权申请、批复及证书等相关佐证；已申请未批复或未发证的，不得分。

六、加分项指标

试点单位文化创意产品开发工作成效，获国务院、文化和旅游部、国家文物局或山东省委、省政府书面表彰（或主要领导肯定性批示）的，加5分。

获市厅级以上或省博物馆学会等省级以上行业协会奖项的，加1分。同一事项按最高级别加分，不重复累计。需提供表彰文件、获奖证书或批示文件等佐证材料。

七、扣分项指标

因试点单位对文创产品投诉处理不及时、不到位等情况造成了一定的社会舆论影响或被媒体报道，并对山东文旅品牌产生负面影响的，扣10分。

八、否定性指标

(一)有违反国家法律法规和党的路线方针政策，存在破坏政治纪律与廉洁纪律行为，损害党和国家及人民利益，发生重大安全生产责任事故或造成国有资产重大流失，因严重失信行为被相关部门列入失信联合惩戒名单，在评估过程中存在虚报数据、伪造材料、隐瞒重要信息等情况之一的，其当年度综合评估结果确定为“不合格”。

(二)如出现政治方向、舆论导向、价值取向不正确，违反社会主义核心价值观，存在历史虚无主义等情况的，或出现重大问题引发较大负面舆情或造成恶劣社会影响的，评估结果确定为“不合格”。